

# L'INNOVATION: UN ATOUT AUX MULTIPLES FACETTES

**La définition de l'innovation est multiple et chaque fabricant voit celle-ci à sa porte. Cependant, tous s'accordent sur une caractéristique : elle doit être un plus pour le consommateur et le point de vente.**

■ Par/by Samia Ouledcheikh

**L'**innovation prend diverses formes. « Il y a, bien entendu, l'innovation de rupture qui apporte quelque chose de nouveau sur le marché, comme le concept de poignée amovible dans les années 80, ou l'induction dans les années 90, avance Damien Dodane, directeur général délégué de Cristel. Il existe par ailleurs une innovation invisible, comme les évolutions dans les process. « Ce sont pourtant des innovations "moteur" qui permettent de réaliser des marges supplémentaires dans la production, donc offrent de la souplesse dans les négociations. Le revendeur en bénéficie, car ses marges sont plus confortables », commente le dirigeant. Viennent encore l'innovation de service, commerciale, de logistique, ou sur la fluidité, telle que le clic & collect, etc. « Ou bien quand nous avons décidé d'ouvrir notre société à la vente Internet et de partager avec nos revendeurs physiques », ajoute Damien Dodane. Pour Moïse Déglon, directeur général de Déglon, le point saillant de l'innovation est d'être en rupture avec ce que connaît le marché. Cependant, elle peut arriver trop tôt : « L'innovation qui répond à un besoin que nous avons identifié, nécessite parfois d'être présentée de la bonne façon, au bon moment pour profiter à tous... Ce sont des réflexions que nous menons. L'idée générale est aussi d'éviter de dépenser 100 000 € sur un produit trop cher, en déconnexion avec le marché. » Les innovations Déglon naissent souvent de l'observation. « Notre démarche est d'aller à la rencontre de nos utilisateurs – chocolatier, cuisinier, fromager, etc. – de discuter et d'observer. Nous pouvons déceler une gêne dans sa façon de travailler. Alors, nous lui cherchons une solution. »

## UN PROBLÈME, UNE INNOVATION

Le système de fermeture de boîte Maglid, lui, est né d'une mésaventure. « En voulant prendre une bouteille d'eau, un collaborateur a renversé le contenant à spaghetti. Rebelotte quelques jours plus tard avec une boîte de riz, raconte Max Louarn, sales manager Maglid. Il s'est étonné de ces boîtes qui s'ouvrent sans

innovation has many forms. "There is, of course, the kind of disruptive innovation that brings something new to the market such as the removable handle concept during the 90s, and induction cooking during the 90s, points out Damien Dodane, deputy director at Cristel. And these are, if anything, the 'engines' of innovation that are an opportunity to generate additional margins in production, as they offer flexibility around making the sale. The retailer benefits, as the margins are more appealing," comments the company leader. Innovation in service, marketing and logistics is also in train, together with innovation around the fluidity of the purchasing experience such as click & collect: "Or when we decided to open the company to internet sales, and sharing with our physical retailers," adds Damien Dodane. Moïse Déglon, the CEO of Déglon, comments that the salient element of innovation is that it disrupts what is established in the marketplace. Furthermore, innovation can happen too soon: "Innovation that responds to a need that we have identified sometimes needs to be presented in the right way and at the right time so that everyone enjoys the benefits... we are thinking through those kinds of issues. The general idea, also, is to avoid spending €100 000 on a product that's too expensive and that is not in line with the marketplace." Innovations at Déglon often arise from observations: "The way we do it is to go and meet our users – such as the cook, the cheesemaker, the chocolatier – and talk to them and observe what they do. We can then spot an impediment in the way it all works, and then we find a solution."

C'est en observant des professionnels que Déglon a créé Stop' Glisse. La gamme pâtisserie avec l'encoche Stop'Glisse permet de retenir l'ustensile sur le bord du récipient. Ici, la spatule rigide en polyamide et fibre de verre pour mélanger, récupérer les ingrédients et racler les bords des récipients ou des casseroles. Résiste aux hautes températures (230 °C). Dim : 29,7 x 4,8 x 1,5 cm. Prix public : 9,94 €. Déglon created Stop' Glisse ['Stop-Slip'] having observed professionals at work. The baking products range with the Stop'Glisse notch mean that the item stays on the edge of the container. Shown here is the glass fibre and polyamide rigid spatula for mixing and gathering food, and scraping down the edges of containers and casseroles. Withstands high temperatures (230 °C). Dim: 29.7 x 4.8 x 1.5 cm. Price to the public: €9.94.



## INNOVATION: AN ASSET WITH MULTIPLE FACETS

**Innovation can be defined in many ways, and every manufacturer has their own take on it. All, though, are agreed on one thing: innovation is clearly a plus factor for the consumer and at the point of sale.**



« L'innovation naît parfois d'une étude sur la façon d'utiliser ce qui existe déjà. Pour Biome, nous nous sommes aperçus que nous avions déjà la base des produits pour une cuisson saine et qu'il suffisait d'ajouter un thermomètre pour optimiser le potentiel du produit et faciliter son utilisation. L'innovation se situe aussi sur l'accompagnement de cette utilisation pour enrichir l'expérience de notre client », détaille Damien Dodane, directeur général délégué de Cristel. <sup>1</sup> "Sometimes, innovation arises from a study of the way something is being used that already exists. For Biome, we realised that we already had a base of healthy cook products, and all we needed to do was to add a thermometer to optimise the product's potential, and to make it easier to use. Innovation is also about supporting that use to enhance our customers' experience" points out Cristel CEO Damien Dodane.

qu'on le veuille et a eu l'idée de développer un système de fermeture efficace. » Un prix de l'innovation de l'Union européenne plus tard, le système sera développé et un premier produit commercialisé. « Les contenants étanches peuvent servir à ranger des bonbons, du thé ou du riz et des spaghettis ! » Pour le moment, c'est au Japon que la société en a le plus vendu. Elle a présenté Orb à Maison & Objet : « Des boutiques indépendantes commencent à le distribuer, notamment à Avignon. »

#### A PROBLEM, AN INNOVATION

The locking system for the Maglid box came about following a misfortune. "A worker knocked over a container of spaghetti while reaching for a bottle of water. The same thing happened a few days later with a container of rice, recounts Maglid sales manager Max Louarn, He was surprised to see that these boxes fell open when you didn't want them to, and the idea came about to develop an effective closing system." A European Union innovation prize later, the system was developed and



« Au-delà du design, Maglid, c'est une approche qui change la façon d'utiliser les objets les plus basiques. Sans explication, sa différenciation ne saute pas aux yeux. En revanche, quand le client ouvre la boîte, il comprend immédiatement l'intérêt du système », détaille Max Louarn, directeur commercial de Maglid. : "Over and above design, Maglid is about an approach that changes the way the most basic things are used. The differentiation does not leap out at you without there being an explanation. Having said that, the customer gets the benefits of the system the moment they open the box," points out Max Louarn, commercial director at Maglid.

**« Le go to market est un vrai sujet. Créer une innovation, c'est bien. La faire connaître, c'est mieux ! »**

Mariette Picard, responsable communication, Peugeot Saveurs

**PORTER LA NOUVEAUTÉ**

« Chez Peugeot Saveurs, le cœur de notre préoccupation est l'innovation sur l'usage, explique Dominique Garréta, directrice marketing et développement de la marque. Cela passe par la technologie, une nouvelle fonction, etc. Notre ADN, c'est d'innover sur l'usage, la facilité, l'esprit ingénieux Peugeot. » La marque qui possède son bureau R&D, a réalisé une étude qualitative sur le moulin Peugeot (système U-select et classique). Cette dernière révèle qu'un consommateur sur deux croit que le bouton ne sert qu'à dévisser le moulin pour le remplir. « Il y a un enjeu de pédagogie, constate Dominique Garréta.

« Chez Louis Tellier, l'innovation trouve notamment sa source dans la tradition, fait valoir Mickaël Guoin, directeur commercial et marketing de Louis Tellier. Par exemple l'icône Bron, la première mandoline moderne créée en 1947, s'inspire des premières râpes et trancheuses en bois utilisées dans les cuisines de nos aïeux. Nous éditerons d'ailleurs à partir du mois d'avril 2023 des mandolines en bois élégantes et efficaces sous la marque La Bonne Graine.



Dans le même esprit, c'est en s'inspirant du four à pain traditionnel avec sole et voûte qui existe depuis que l'Homme s'est sédentarisé (plusieurs millénaires), que notre four à bois Marcel est né. Sa qualité professionnelle (tout inox) permet tout type de cuissons grâce à des innovations brevetées (système de combustion arrière et clapet bloque flamme). » : "At Louis Tellier, innovation mainly finds its sources in tradition, points out Mickaël Guoin, commercial and marketing director at Louis Tellier, For example, the iconic Bron – the first modern mandolin created in 1947 – takes its inspiration from the first wooden graters and slicers used in the kitchens of our grandparents. Actually, as of April 2023 we are selling elegant and effective wood mandolins under the brand name La Bonne Graine. It is with the same mindset that we take inspiration from traditional bread ovens with a top and a base that we have had since mankind adopted a more settled lifestyle (several millennia ago), and that was how the wood-fired oven Marcel came about. Its professional quality (all stainless steel) makes all kinds of cooking available using patented innovations – a rear combustion system and flame block valve system."

**“Go-to-market is a genuine issue. It's great to innovate, and getting it out there is better!”**

Mariette Picard, Communications Manager, Peugeot Saveurs

the first product came onto the market. “Watertight containers can be used to store candy, tea, rice, or spaghetti!”. The company sells more in Japan than anywhere else at the moment, and Orb was presented at Maison & Objet: “Independent outlets are starting to stock them, especially at Avignon.”

**SUPPORTING PRODUCT NOVELTY**

“Here at Peugeot Saveurs, our core concern is innovation around usage, explains Dominique Garréta, the brand's marketing and development director, That can encompass technology or a new function, for example. Our DNA is to innovate around usage, ease of use – the Peugeot spirit of inventiveness.” The company has an R&D office and has completed a qualitative survey on the Peugeot mill (the U-select system, and the classic system). The survey revealed that one in two consumers thought that the button could only be used to unscrew the mill to refill it. “There is an educational piece of work around that, comments Dominique Garréta, The product can deliver a benefit but if that particular benefit does not speak for itself, then you have to take it into the distribution realm and then to the end-user.” The objective is to make products intuitive to use, and to evolve the packaging with pictograms: “We are lucky in that we have a consumer-connected site so that we can get feedback and talk to communities, adds Mariette Picard, communications manager at Peugeot Saveurs, We are putting together lots of visual signals around a sharing message.” That is the case also for Maestro, the mill with interchangeable reservoirs. The point is to make the most of the ingenious aspect of the product via lifestyle visuals that set the



« En plus du sell-in, nos commerciaux ont la mission de produire de la formation dans les points de vente, explique Dominique Garréta, directrice marketing et développement de Peugeot Saveurs. Ils sont missionnés sur le merchandising. Il faut être créatif. Nous les aidons, comme l'année dernière avec la gamme Nature, qui innove dans les valeurs transmises, l'upcycling. Derrière chaque développement, il y a une intention qui doit être traduite et susciter la sympathie, l'étonnement, etc. Innover, c'est apporter quelque chose qui a du sens. » Ici, le kit vitrine de démonstration des moulins Nature et Nature black. : "In addition to sell-in initiatives, our marketing team is tasked with creating the training material for points of sale, explains Dominique Garréta, marketing and development director at Peugeot Saveurs, They will be looking at merchandising. You have to be creative. We help them, like we did last year with the Nature range that was innovative for its transmitted values around upcycling. Behind every development is an intention that is to be translated, that surprises people and makes them like it among other things. Innovating is about delivering something that has meaning." Shown here is the demonstration window display kit for the Nature and Nature black mills.

# AMÉLIOREZ VOS CONNAISSANCES PRODUITS & DÉVELOPPEZ VOS TECHNIQUES DE VENTES.



## ABONNEMENT 'RETAILERS'

Offrir-retailers.com + Guide Technique des Nouveautés + Guide des Marques  
+ Guide du Cadeau

**12€/an**

*Découvrez nos  
abonnements*



# RESTEZ INFORMÉS DES ÉVOLUTIONS DE VOTRE SECTEUR ET DE VOTRE METIER.



## ABONNEMENT 'PREMIUM'

Offrir-International.com + 6 Numéros +  
Guide Technique des Nouveautés + Guide des Marques + Guide du Cadeau

**60€/an**

## EKEN, UNE GAMME D'INNOVATIONS

« Ayant un père chef cuisinier et un goût pour l'innovation, la marque Eken a vu le jour suite à une invention de mon père, qui a inventé le panier de cuisson Fourléo il y a 12 ans, explique Thomas Dupard, fondateur Eken. Cet ustensile de cuisson, pour les fours munis du tournebroche, a été pensé pour mieux cuire les aliments (les frites, entre autres) et économiser de l'huile de friture et de l'électricité. Ce panier a une longue vie d'utilisation (jusqu'à 20 ans et plus). « À la suite de cela et face aux enjeux environnementaux, j'ai décidé que la marque Eken proposerait des ustensiles plus innovants, durables et écoconçus. » Puis, constatant un manque en la matière, Thomas Dupard a décidé de proposer son aide pour développer et commercialiser les inventeurs d'objets culinaires français. « Nous créons de nouveaux produits avec une approche écologique et durable, et fédérons les inventeurs français d'objets culinaires pour avoir une seule identité et être plus forts sur le marché. » Eken fait aussi évoluer les matières premières pour la fabrication des produits, afin de proposer des articles davantage en adéquation avec la nature. L'innovation répond à des besoins toujours plus changeants. Les enjeux environnementaux sont de plus en plus au cœur du débat national et de ce fait, l'innovation est là pour faire évoluer les produits et proposer des solutions intelligentes. « L'innovation est bien perçue par le public, car tout ce qui est nouveau attire, note Thomas Dupard. Nous sommes tous curieux face à une innovation, ce qui dynamise les boutiques ! »

**« De notre point de vue, le produit innovant est celui qui a une fonctionnalité supplémentaire, qui aide le client à réaliser ce qu'il a à faire. »**

Moïse Déglon, directeur général, Déglon

Le produit peut apporter quelque chose, mais s'il ne parle pas seul, il faut le porter auprès de la distribution et chez le client final. » L'objectif est de rendre les produits intuitifs à l'utilisation et de progresser sur le packaging grâce à des pictogrammes. « Nous avons la chance d'avoir un site en lien avec le consommateur, ce qui permet de collecter leurs retours, et de communiquer avec des communautés, ajoute Mariette Picard, responsable communication de Peugeot Saveurs. Nous créons beaucoup de visuels porteurs d'un message de partage. » C'est le cas pour Maestro, le moulin aux réservoirs interchangeables. Il s'agit de valoriser cette ingéniosité avec des visuels lifestyle mettant en scène des consommateurs l'utilisant. La marque réalise aussi de plus en plus de vidéos. « Un nombre croissant de clients demandent de la matière pour communiquer sur leur site, souligne Mariette Picard. Cela passe par les détaillants ou les réseaux qui accordent une grande importance à la formation de leurs équipes. »

### DU PROFESSIONNEL VERS LE PARTICULIER

Lacor est fabricant et importateur. « Nous sommes historiquement orientés vers le marché professionnel. Notre typologie pro CHR et restauration commerciale représente 80 % de notre activité, souligne

## EKEN, A RANGE OF INNOVATIONS

"With a Chef cook father and a taste for innovation, Eken came about following an invention of my father's who invented the Fourléo cook basket 12 years ago", explains Eken founder Thomas Dupard. The cook utensil is for ovens that have a rotisserie rod and was designed for better food cooking, including French fries. The device is also good for saving on frying oil and using less electricity. The basket will last a long time – up to 20 years, or more. "After that – and given the environmental issues we face – I decided that Eken would bring to the market utensils that were more innovative, durable, and eco-designed." Noticing a gap in the landscape, Thomas Dupard also decided to offer his support in developing and bringing to market French culinary objects inventors. "We create new products with an approach that is ecological and durable, and we bring together French inventors of culinary items in order to adopt a single identity and to be stronger in the market." Eken is also developing primary materials in product manufacturing in order to bring to the market items that are even more in tune with nature. Innovation responds to needs that are always changing; environmental issues are increasingly at the heart of national debates, and to that end innovation exists to develop products and offer intelligent solutions. "Innovation is positively viewed by the public, as people like new things, notes Thomas Dupard, All of us are curious when we see innovation, and that energises stores!"

scene in which people are using it. The brand is also making more and more videos: "A growing number of customers are asking for that kind of thing to communicate on their website, points out Mariette Picard, Those customers include retailers and networks that place great emphasis on sales team training."



Lacor lance la friteuse airfryer Duploair dotées de 11 programmes automatiques pour frire, cuire au four, rôtir, chauffer, décongeler et déshydrater. Son système de double panier permet un contrôle indépendant du temps et de la température. Sa technologie SyncFinish (fin synchronisée) permet de cuire dans les 2 paniers avec une durée et une température différentes mais en finissant en même temps. Puissance : 2 400 W. Prix public : 220 €. : Lacor is launching the Duploair airfryer featuring 11 automatic settings for frying, oven-cooking, roasting, heating, defrosting, and dehydrating. The double basket system means that cook time and temperature can be managed independently. The SyncFinish technology makes it possible to cook in both baskets using different temperatures and cook durations, but finishing at the same time. Power: 2400W. Price to the public: €220.

80 YEARS  
GEFU®

Nous  
célébrons les

INNOVATIONS.  
DE GÉNÉRATION EN GÉNÉRATION



Avec la collection Sense, Jean Dubost s'appuie sur une stratégie d'innovation et de production écoresponsable visant à préserver les ressources de l'environnement. La base noire des manches de la nouvelle collection Sense Black est issue de la réutilisation des chutes du matériau Le Pavé (composé de déchets plastiques) et les veines blanches du tri sélectif des bouteilles de lait. With the Sense collection, Jean Dubost is drawing on a strategy of innovation and eco-responsible production designed to preserve environmental resources. The black base of the handles of the new Sense Black collection is made from re-used Le Pavé material offcuts (comprising plastic waste) and the white veins are made from selectively sorted milk bottles.

***"From our point of view, an innovative product is one with additional functionality that helps the customer do what they're doing."***

Moïse Déglon, Managing Director, Déglon

Christophe Decanter, directeur commercial France. *Les innovations proposées aux professionnels sont clairement des sources de nouveautés pour le grand public.* » La stratégie de la marque culinaire, exposante au Sirha et à Ambiente, se fonde sur le lancement récurrent de nouveautés. « *Il ne s'agit pas d'une ou deux, mais d'une cinquantaine de références proposées chaque trimestre dans un catalogue spécifique,* insiste Christophe Decanter. *Il y a 2 ans, nous avons par exemple mis sur le marché professionnel un fumoir pour aliment et cocktail, celui-ci permettant de fumer les plats devant le client. La demande a été immédiate du côté du grand public !* » La société mise sur l'accompagnement des boutiques réalisé directement par son équipe commerciale et relayé par des tutos créés avec des chefs sur sa chaîne Youtube. Les boutiques sont également à l'origine du développement de nouveaux produits. « *Nous orientons alors le service R&D. C'est important pour les magasins, comme pour nous. Avec les nouveautés, nous développons tous notre chiffre d'affaires. La société a amené en cuisson la fonte d'aluminium, plus légère et moins chère que la fonte d'acier. Ces dernières années, la cuisson, les ustensiles de pâtisserie et le petit-électroménager ont connu un développement important, notre objectif est de pouvoir y répondre.* »





« Nous travaillons les déchets de canne à sucre pour fabriquer la gourde Veganbottle Go, nous proposons un ustensile pour équeuter les haricots fabriqué à partir de déchets de coquille d’huîtres et bien d’autres », illustre Thomas Dupard, fondateur d’Eken. Ici le seau réfrigéré So Fresh. Grâce notamment aux propriétés isothermes du liège, un matériau naturel et 100 % recyclable, il conserve la bouteille à une température constante entre 3 et 7°C pendant 4 heures. « We work with sugar cane waste to make the Veganbottle Go bottle. We offer a utensil for hulling beans that is made from oyster shell waste – and we make many other things, » points out Thomas Dupard, founder of Eken. Shown here is the refrigerated So Fresh bottle cooling bucket. The isothermal properties of the cork – natural and 100% recyclable – mean that the bottle is kept at a constant temperature of 3 to 7°C for 4 hours.

**« Nous sommes face à des générations moins en demande d’innovation technique, mais qui demandent plutôt : “Où est-ce produit ?”, “par qui ?” et “avec quelles valeurs ?” »**

Damien Dodane, directeur général délégué, Cristel

#### MISER SUR LES VALEURS

Avec Bob (voir *Offrir International* n°487 en page 28), Daan Tech lance un lave-vaisselle fabriqué en France, mais à des prix raisonnables. « La marge est moindre que pour les produits importés de Chine, mais nous misons sur des offres exclusives », souligne Léo Baba, global marketing communication manager. Les arguments de Bob : petit, il utilise moins d’eau et est plus rapide. Et il affiche un indice de réparabilité à 9,3. « En un an et trois mois, nous en avons vendu 15 000. Nous nous distinguons des concurrents chinois par les valeurs véhiculées telles que l’Origine France garantie. » Daan Tech s’appête à sortir trois nouvelles couleurs. « Nous allons proposer pour nos revendeurs des coloris exclusifs, absents de notre site. » Son revendeur le plus important est Boulanger

**“We are looking at generations that are looking less for technical innovation and are now asking ‘Where is the product made?’, ‘Who made it?’ and ‘What values does it have?’”**

Damien Dodane, CEO, Cristel

#### FROM TRADE TO PERSONAL SHOPPER

Lacor is a manufacturer and importer. “Historically, we were orientated towards the professionals market. Our pro-CHR and commercial catering typology accounted for 80% of what we did, points out the France commercial director Christophe Decanter, *Innovations offered to the trade are clearly a source of novelty to the general public.*” The strategy of the cookware brand that has exhibited at the Sirha and Ambiente trade fairs is founded on recurrent launches. “We’re not talking here about one or two items being offered every quarter in a specific catalogue, but rather fifty or so, emphasises Christophe Decanter, *Two years ago, for example, we brought a smoker for cocktails and foods onto the catering industry market, making it possible to smoke a dish right in front of the customer. Demand from the general public was instantaneous!*” The company is looking to its marketing team to provide direct support to stores, delivered via tutorials put together by Chefs on its YouTube channel. The stores are also at the origin of the development of new products. “So we steer the R&D service. It is important for stores, and for all of us. Our entire revenue figure is boosted through new products. The company has brought to the market cast aluminium for cooking that is cheaper and lighter than cast steel. In recent years, there has been good growth in cookware, baking utensils and small household electricals and our objective is to be able to respond to that.”



En 2023, le Cookin’pod de Trebonn passe en version pro et ne se limite plus à la cuisson des pâtes ou des légumes. Il arbore un nouveau look et surtout des fonctionnalités, puisqu’il permet de cuire, égoutter et verser facilement, y compris pour les cuissons vapeur et friture. The Cookin’pod from Trebonn switches up in 2023 to a pro version, and is no longer restricted to pasta and vegetable cooking. It now has a new look and more importantly new functionalities – it can now be used to cook and also dry preparations with ease, including dishes that have been fried or steamed.

# Cuisinez sans PFAS avec GreenPan !

The Original  
**GREEN PAN™**

Il est temps de se préparer à un avenir sans PFAS.

Le vendredi 13 janvier, les Pays-Bas, l'Allemagne, Danemark, la Suède et la Norvège ont soumis un dossier de restriction des PFAS à l'ECHA (Agence européenne des produits chimiques). Ce dossier demande l'interdiction des PFAS dans toutes les utilisations non essentielles. Il s'agit de la plus grande interdiction de produits chimiques toxiques jamais réalisée en Europe. L'impact sera énorme ! En 2024, la Commission européenne présentera une proposition finale qui sera soumise au vote des États membres. En 2025, l'interdiction des PFAS devrait prendre effet. Nous sommes à l'aube d'une nouvelle ère. En tant qu'entreprise qui se bat depuis plus de 15 ans pour que toute l'industrie des ustensiles de cuisine soit exempte de PFAS, nous nous réjouissons de l'arrivée de l'interdiction des PFAS.

Depuis plus de 15 ans, nous sommes enthousiastes pour l'avenir. Nous avons inventé la première alternative sans PFAS aux ustensiles de cuisine traditionnels antiadhésifs traditionnels qui ne collent pas. Nous avons constamment amélioré notre revêtement et nos produits grâce à des recherches approfondies. Nous ne voulions pas attendre que l'industrie change. Nous voulions être à l'origine du changement. Telle a été notre mission depuis le début. C'est donc ce que nous avons fait. L'attente est terminée, il est temps de passer à l'action. Informez-vous, préparez votre entreprise et guidez vos consommateurs vers un avenir sans PFAS. N'hésitez pas à nous contacter, nous serons heureux de vous aider à tout moment. Faisons-le ensemble !



**PFAS  
FREE  
NON-STICK**

**ÊTES-VOUS PRÊT À PASSER À L'ACTION ? #NOPFAS**

Pionnier du revêtement sain sans PFAS

POUR PLUS D'INFORMATIONS, CONTACTEZ:

Guy Gyselincq: Sales Manager France | [guy.gyselincq@cookware-co.com](mailto:guy.gyselincq@cookware-co.com)  
The Cookware Company BV | Antoon Catriestraat 12, 9031 Drongen (BE)

qui « veut des produits design pour des petits appartements, et des couleurs sympas ». Prochaine étape : la sortie du four éco-compact Joe. « Les consommateurs possèdent souvent un four à micro-ondes. Joe fera four, grille-pain et air fryer. » La société sait qu'elle va devoir lever le frein de la défiance, puisqu'il existe déjà des fours multifonctions qui ont déçu. « Cela se fera via des démonstrations, par exemple avec des chefs », confie Léo Baba, qui annonce un lancement des préventes en octobre pour une disponibilité fin 2024. ●



Nouveauté chez Hurom, le M100 combine deux technologies pour un large éventail de possibilités : un moteur à courant alternatif doté de la technologie Slow Squeezing Technology pour une extraction lente des jus, et un moteur universel tournant à grande vitesse pour écraser et broyer. New at Hurom is the M100 that combines two technologies, delivering a wide range of options: an A/C motor with Slow Squeezing Technology for slow juice extraction, and a universal high-speed turning motor for crushing and grinding.



En se fondant sur la technologie des fours gastronomiques pour cuisines professionnelles, AMT Gastroguss a mis au point la plaque de cuisson Home Oven. Cet ustensile en aluminium épais coulé à la main et doté du revêtement adhésif Lotan permet de réaliser des cuissons saines, sans papier sulfurisé, avec des temps de cuisson réduits. Ce produit a 2 reçu deux prix Kitchen Innovation Awards 2023 lors du salon Ambiente à Francfort, notamment en raison de son caractère innovant, son design, sa durabilité, la composition de ses matériaux et ses bénéfices. AMT a également reçu un prix pour la gestion responsable de l'entreprise (préservation des ressources, utilisation de matériaux recyclés pour la fabrication de la plaque Home Oven). The business having been founded on gastronomic ovens for the professional trade, AMT Gastroguss has now updated the Home Oven cook plate. The thick hand-poured aluminium utensil with Lotan non-stick coating is ideal for healthy cooking in less time, and without the need for baking paper. The product won two prizes at the Kitchen Innovation Awards 2023 at the Ambiente trade fair at Frankfurt, mainly for its innovative character, design, durability, composition of materials, and benefits. AMT also won a prize for responsible business management in recognition of its preservation of resources, and use of recycled materials in making the Home Oven plate.

**HIGHLIGHTING VALUES**

Daan Tech is launching a dishwasher that is made in France with a reasonable price tag: Bob (see *Offrir International* n°487 on page 28). "The margins are lower than products that are imported from China but we are making much of the exclusive offerings" emphasises Léo Baba, the global marketing communication manager. The sales pitch for Bob is that it is small, it uses less water, and is faster – and that it has a reparability index of 9.3. "We have sold 15 000 of them within a year and three months. We set ourselves apart from Chinese competitors through the values we transmit, including the Origine France guarantee." Daan Tech is getting ready to bring out the Bob in three new colours. "For our retailers, we are bringing out three exclusive colours that are not shown on our website." The Boulanger is the biggest retailer of the Bob – they sell "designer products for small apartments, and have great colours." The next step is to bring out Joe: the eco-compact oven. "Consumers often have a microwave. Joe will be an oven, toaster and air fryer." The company is aware that it needs to remove the brake of consumer mistrust given that there are already multifunctional ovens on the market that have been a disappointment. "We'll do that by staging demonstrations with Chefs, for example," notes Léo Baba, who has announced a launch of pre-sales in October with a view to the products becoming available in late 2024. ●



Silence Pro, dernière génération de la gamme Silence de Rösle et récompensé lors du Red Dot award 2021, est doté d'un couvercle breveté, étudié pour procurer un confort d'utilisation optimal : outre une sortie de vapeur latérale qui convient aux hottes aspirantes intégrées dans la table de cuisson, il permet de verser directement de l'eau chaude sans utiliser ni maniques ni passoire. Le couvercle s'insère de plus facilement directement dans l'une des poignées latérales. Silence Pro is the next-generation item from the Silence range from Rösle, and was recognised at the 2021 Red Dot award – the cookware item features a patented lid that is carefully designed to deliver optimal comfort of use: as well as a lateral steam exit point for extractor hoods integrated into the cook area, it can also be used to pour hot water without needing potholders or sieves. The lid is easily inserted into one of the side grips.



## Plateforme produits pour les fabricants & les détaillants

### Pour les fabricants

Présentez pour chacun de vos produits : l'argumentaire de vente, le packaging et merchandising recommandé, mais aussi les informations logistiques et marketing : vidéos, pdf, mots clés...

Publiez vos actualités.

Répondez aux questions des détaillants.

### Pour les détaillants

Composez votre catalogue à partir des produits existants en ligne, soyez notifiés à chaque nouveau produit d'une marque que vous diffusez, et créez votre « guide de vente » directement à partir des infos fabricants!

Posez vos questions en ligne.

**Déjà plus de 3 000 produits en ligne**

[offrir-retailers.com](http://offrir-retailers.com) | 01 44 84 78 86